

RINGKASAN

Indonesia merupakan negara agraris dengan potensi pertanian yang sangat baik terutama pertumbuhan komoditi beras. Indonesia berhasil menjadi negara dengan peringkat ketiga setelah Cina sebagai produsen beras. Namun beberapa tahun terakhir Indonesia justru menjadi negara pengimpor beras dari Thailand dan Vietnam sebagai bentuk pengamanan cadangan makanan negara. Jumlah konsumsi beras di Indonesia cukup tinggi sesuai dengan data Badan Pusat Statistik dimana antara tahun 2007 – 2017 Indonesia mengalami fluktuasi konsumsi beras yang tidak pasti. Budaya makan masyarakat Jakarta dimana merupakan kota metropolitan memiliki kecenderungan mengonsumsi makanan yang beragam termasuk berbagai variasi beras.

Dalam menentukan hal apa saja yang menjadi pengaruh masyarakat DKI Jakarta dalam memilih dan mengonsumsi makanan yaitu beras, dilakukan penelitian lebih lanjut dalam bentuk analisis perilaku konsumen. Untuk mengetahuinya perlu adanya model perilaku konsumen beras lokal yang terdiri dari variabel laten (faktor utama) dan indikator-indikator (hal yang mendukung faktor utama). Model yang dibuat merupakan penggabungan dari dua model terdahulu yaitu *Theory of Planned Behaviour* dan *Alphabet Theory*. Kedua model tersebut menghasilkan faktor-faktor terhubung yang terdiri dari demografi (D), *knowledge*/pengetahuan (K), *information seeking*/informasi (IS), *habit*/kebiasaan (H), *value*/nilai (V), *behaviour*/perilaku (B), *norm*/norma (N), *attitude*/sikap (A), dan *belief*/kepercayaan (B). Model terintegrasi tersebut kemudian diuji melalui aplikasi analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) yaitu SPSS Amos dengan menggunakan alat berupa data kuesioner dimana respondennya adalah konsumen beras lokal di DKI Jakarta. Model dibuat dengan merujuk pada *fit index* yaitu nilai RMSEA, CFI, Chi-Square, dan SRMR untuk dapat menjadi model yang *fit*.

Hasil yang diperoleh berupa kecocokan model dengan data yang diinput serta kuat-lemahnya hubungan antara variabel laten yang merupakan faktor utama, dengan indikator-indikatornya dimana hal tersebut dapat menggambarkan hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih dan mengonsumsi beras lokal. Ketujuh faktor yang dihipotesiskan memiliki hubungan dengan indikatornya masing-masing dimana hal tersebut menunjukkan bahwa *Information Knowledge*, *Habit*, *Attitude*, *PBC*, *Intention*, *Subjective Norm* dapat memberikan penjelasan mengenai perilaku konsumen beras lokal di DKI Jakarta dengan melihat nilai *Regression Weight* dan *Correlation* dari tiap hubungan tersebut.

SUMMARY

Indonesia is an agricultural country with very good agricultural potential, especially the growth of rice commodities. Indonesia became the third country after China as a big rice producer. However, in recent years Indonesia has become a rice importing country from Thailand and Vietnam. The amount of rice consumption in Indonesia is quite high according to data from Badan Pusat Statistik between 2007 – 2017, Indonesia had uncertain fluctuations in rice consumption number. Rice is an agricultural commodity which has recently undergone an uncertain amount change. DKI Jakarta is an area with high number of population and high level of food consumption. The culture of eating in Jakarta which is a metropolitan city tends to consume a variety of foods including various of rice.

To determine what things that influence of people to choose and consume food, especially rice, further research is needed to know the consumers' behaviour. It is necessary to find out the model of consumers' behaviour for local rice consumption which consist of latent variables (main factors) and indicators (things that support the main factor). The model is an integration of two other models there are Theory of Planned Behaviour and Alphabet Theory. Both of that models consist of connected factors which are Demography (D), Information Seeking (IK), Knowledge (K), Habit (H), Value (V), Behaviour (B), Norm (N), Attitude (A), and Beliefs (B). The model can be fit with the data determined of fit indices, there are RMSEA, CFI, Chi-Square, and SRMR.

The integrated model then be examined with SPSS Amos using data from questionnaire. The questionnaire is intended to local rice consumers in DKI Jakarta. The result of the research is how compatible the model works with data and how strong relation of variable and indicatorsthat shows the factors of local rice consumers behaviour. The variables that has good reation with their each indicators are Information Knowledge, Habit, Attitude, and Subjective Norm that known from the number of Regression Weight and Correlation in the output of analysis.